

羞羞的铁拳



为何成最大赢家?

在国庆档五大强片《羞羞的铁拳》《英伦对决》《空天猎》《追龙》《缝纫机乐队》的票房竞争中,《羞羞的铁拳》一骑绝尘,上映9天票房过14亿元,且目前排片量仍高居第一,铁定把今年国庆档的票房冠军揽入怀中。其中一个最为蹊跷,也最想要破解的一个悬疑是,同样是喜剧片,同样都有成功的前作,映前口碑也都差不多,为何《缝纫机乐队》与《羞羞的铁拳》票房差距如此之大?哪些因素对观众判断影片质量起到了决定性作用呢?

8天26.1亿 国庆档票房“回春”了

2017年影市再次出现爆发点,国庆档8天假期以一骑当先的开心麻花新片《羞羞的铁拳》为首,新上映的几部国产新片各有斩获,全国票房就连续7日单日突破3亿,一共取得了26.1亿的票房佳绩。

遥想去年国庆档总票房收入15.8亿,相比2015年同比跌幅达14.6%,也是近十年来内地国庆档票房首次出现下跌,7天假期单日票房呈递减之势。今年国庆档则一改颓势,在暑期档票房创下新高后,国庆档再次以26.1亿的成绩收官,这也创造了内地国庆档票房首次突破20亿大关的新纪录(此前的纪录保持者为2015年国庆档,7天收入18.5亿);今年国庆档涵盖了中秋佳节,长达8天的假日收获26.1亿票房,同比涨幅达51%。

今年国庆档大战也被视为“史上最挤”,虽然有多部影片撤档,但仍有11部影片同时上映。率先于9月29日打响,但开头成绩并不亮眼,《缝纫机乐队》和《空天猎》提前一天上映仅收获超过9000万票房。9月30日《羞羞的铁拳》上映首日收

割1.3亿票房,单日票房一举增至2.9亿。接着从10月1日开始,全国票房就连续7日单日突破3亿,7天累计达22.5亿,单日票房冠军出现在国庆当天。

“铁拳”这么厉害 到底神在哪里?

今年国庆档依旧是以国产片为主导,无引进大片加入战局。《羞羞的铁拳》直接以上映9天接近15亿的高票房占据了档期一半以上的份额,而剩下的影片相对均匀地分享了剩余份额。这个国庆档的影片中,《英伦对决》被认为是成龙近年最佳作品,《空天猎》是李晨的导演处女作,《追龙》被赞誉“王晶一认真拍片谁都不怕”,《缝纫机乐队》更是被一些观众觉得超越了《煎饼侠》。《羞羞的铁拳》刚公映时也被看好,但没想到能好成这样。这不禁很想让人探究,究竟发生了什么?

《羞羞的铁拳》是开心麻花出品的第三部喜剧电影作品,截至目前已经成为年度票房榜第六名,仅次于收割15.5亿元的《变形金刚:最后的骑士》,不少专家向记者分析,以《羞羞的铁拳》目前的排片占比来说,影片总票房很有可能突破20亿,这也延续了以话剧起家的开心麻花连续三部“爆款”电影的辉煌战绩。对比去年国庆档的主力电影,如《湄公河行动》、《从你的全世界路过》均不是纯粹的喜剧,在档期上并不占优势,而今年轻松搞笑的《羞羞的铁拳》似乎更符合节假日特定的欢乐氛围,也很容易成为拉动电影大盘的主力。

娱乐性强让《羞羞的铁拳》在国庆档脱颖而出。但同样是喜剧片的《缝纫机乐队》为何票房徘徊在第五六位呢?

影评人韩浩月认为,这样

的票房格局,归根结底还是要从电影的“故事”开始说起。

韩浩月分析,《缝纫机乐队》延续了《煎饼侠》的编剧手法,依然用段子式的喜剧笑料来拼接故事,依然用理想与情怀来点燃观众。《煎饼侠》的“故事”也不强,但导演大鹏在娱乐圈的奋斗经历,无形中为《煎饼侠》进行了加持。《缝纫机乐队》到了考验大鹏讲故事能力的时候,但大鹏却过于依赖《煎饼侠》的成功经验,并没有把重点放在故事结构、剧情编织方面,仍然期望靠“情绪”点燃观众,但很显然,观众已经不再吃这一套了。

《羞羞的铁拳》其实是其出品方“开心麻花”的品牌力量在发力。在《羞羞的铁拳》之前,开心麻花的两部电影《夏洛特烦恼》和《驴得水》,已经奠定了“开心麻花电影”的口碑基础,在观众心目中站稳了脚跟,某种程度上,选择“开心麻花电影”物有所值,已经成为不少观众心目中的共识。

三部颇受好评的“开心麻花电影”都有一个共同特点,就是它们都改编自舞台作品。在长达数年的剧场演出当中,台前幕后的创作者,已经对“故事”与“台词”进行了千锤百炼,这样的锤炼虽然催生不了经典,但包装出一个成熟的故事也不难。

清华大学影视传播研究中心主任尹鸿则认为,这两部喜剧电影出现票房分化的主要原因在于市场关注度的差距。开心麻花连续三年都有电影推出,前期积累了良好口碑;《缝纫机乐队》则是大鹏时隔两年多的作品,而且电影中展现出的东北喜剧风欠新鲜感。

口碑越来越成为 电影核心竞争力

不少院线经理表示,今年国庆档的影片质量好坏最直观的数据就是电影的排片占比,虽然《空天猎》和《缝纫机乐队》提档一天(9月29日)上映,但在次日就被口碑与票房潜力俱佳的《羞羞的铁拳》一举反超,此后,该片一直以30%左右的排片占比碾压其他影片,排片率更随着票房递增逐渐增加。

这个现象在近几年的国庆档都颇为显眼,长达几天的假期中上映首日占排片优势的影片不一定就能维持优势到最后,国庆档也是诞生“口碑黑马”的热门档期,如同前年的《夏洛特烦恼》与去年的《湄公河行动》,都是首日单片票房排名第三的电影,而之后因为好口碑一路逆袭。今年的《追龙》也是如此,最开始不具卖相却凭借出色口碑于10月6日反超《英伦对决》。

票房分析师罗天文告诉记者,“整个国庆档的容量还是比较有限,这次假期长了就更考验影片的质量,过去电影票房更多是阶梯状,如今更多是一家独大,不如春节档期每家分粥。这个国庆档口碑与票房基本形成了正比,票房表现体现了观众越来越高的审美眼光,好片子可以逆袭,低劣的粗制滥造会在更短的时间内被淘汰。”蒋勇再次强调,“电影倚重于口碑竞争似乎已经成为各个热门档期的制胜关键,而那些依靠明星噱头、IP制作、营销炒作的电影越来越经不起推敲,口碑越来越成为电影竞争的核心因素。”

本报综合

娱乐圈速递

《中国民歌大会2》 乌英嘎荣膺冠军

央视第二季《中国民歌大会》落下帷幕,乌英嘎荣膺冠军。导演邹为和乌英嘎接受了采访,邹为直言素颜民歌和美颜民歌各有亮点,最重要都得有“根”。

邹为表示,为了达到“原声天籁律动中国”的要求,选手可以说是百里挑一,此外还着力打造“百人团”。邹为坦言,之前大家都觉得优秀传统文化类的节目,可能观众接受起来比较困难,通过第二季《中国民歌大会》,邹为表示有了信心。而说到《中国民歌大会》打出的素颜和美颜的概念,邹为也颇为得意,“其实素颜民歌就是中国传统民歌的根,也就是原生民歌或者传统民歌;美颜民歌,就是我们所谓的改编民歌或者新民歌,在节目里更多是指经典民歌改编作品。”“我觉得要传承发展好中国的民歌,最主要的是创作者要走到田间地头,真正地去感受我们那一方水土。而对于选手来说,要保持歌唱的这种地域本质,各自的风格要保持下去。”

邹为透露,冠军乌英嘎已经受到春晚节目组的关注,他希望这对于乌英嘎本人来说只是个开始。获得第二季的总冠军乌英嘎表示:“能胜出还是长调本身的魅力”,说到民歌是保持原汁原味更重要还是要有有所创新加入流行元素,乌英嘎表示要在原汁原味的基础上进行创新。

蒋楠楠

故宫博物院 10日起全网售票

继10月2日首次实现当天8万张门票全部通过网络售出后,故宫博物院10日宣布,自当日起,全网售票由试行进入正式实施阶段。

据介绍,全网售票的施行可大大降低观众参观等候时长,提升观众参观舒适度。目前每日有15000至20000名观众在网络售票未售罄的情况下,可以通过现场手机扫描二维码购买当日门票。这个数量相当于开放30个售票窗口高峰时段两个小时的售票工作量,大大减少观众整体购票的等候时间。

对于没有提前在网上购票的观众,故宫博物院在现场设置大量二维码引导牌。同时,端门地区设置5个票务服务咨询台,为广大观众提供咨询服务。故宫博物院表示,全网售票的实施,并不意味着把不具备网上支付能力的人群拒之门外。对于这部分观众,如老年游客、外籍游客和没有手机的游客,故宫博物院安排了综合服务窗口代客下单。

施雨岑



扫码关注《近报》 观影粉丝团



《羞羞的铁拳》口碑票房双收